

buchreport

April 2016 **4**

magazin

METRO 2035



Dmitry Glukhovsky ist der unbestrittene Superstar der russischen Science-Fiction

330.000 verkaufte METRO-Romane im deutschsprachigen Raum

Lesereise und Livestream-Lesung des Autors im April 2016



HEYNE <

VERLAGE Welche Persönlichkeitsrechte haben fiktive literarische Charaktere? Der BGH hat hierzu am Fall von »Pippi Langstrumpf« Grundsatzurteile gefällt. Ralph Oliver Graef hat Lindgrens Erben vertreten und analysiert die Konsequenzen.

Auch die Rechte an fiktiven Figuren regeln



Ralph Oliver Graef, LL.M. (NYU), ist geschäftsführender Partner der Medienrechtskanzlei Graef Rechtsanwälte (Hamburg/Berlin) und zudem als amerikanischer Anwalt (Attorney-at-law) in New York zugelassen. Er berät deutsche und internationale Verlage, Filmproduzenten und Fernsehsender sowie Prominente in Fragestellungen des Entertainment Law, Medienrechts und des geistigen Eigentums.

Der BGH hat die Verlagsbranche und die Merchandisingindustrie mit zwei Grundsatzentscheidungen zur sogenannten fiktiven Figur vor große Herausforderungen gestellt. In den Verfahren ging es um die von Astrid Lindgren geschaffene Figur Pippi Langstrumpf. Sie war mit roten abstehenden Zöpfen, Flickenhemd und geringelten Strümpfen deutlich erkennbar in einem Verkaufsprospekt eines Karnevalskostüms abgebildet. Der Discounter Penny hatte ohne Zahlung von Lizenzgebühren für die Kostüme und insbesondere für die Abbildung der Figur Pippi Langstrumpf in ca. 16,2 Mio Prospekten und im Internet erworben und mit dem Verkauf der Kostüme innerhalb eines kurzen Zeitraums sechsstelligen Erlöse erzielt.

Der BGH hat mit seinen zwei Pippi-Langstrumpf-Urteilen grundlegend pro Autor und Verlag entschieden. Aber für die Rechtegeber sind die Entscheidungen ein zweiseitiges Schwert:

■ **Fiktive Figuren sind geschützt.** Zunächst hatte der BGH urheberrechtlich zu entscheiden, ob einer fiktiven Figur wie Pippi Langstrumpf eigenständiger Schutz zukommen kann. In seiner ersten Entscheidung aus dem Jahr 2013 (BGH, 17.7.2013 – I ZR 152/12, GRUR 2014, 258 – Pippi Langstrumpf Kostüm I) urteilte der BGH, dass die fiktive Figur Pippi Langstrumpf nach § 2 Abs. 1 Nr. 1 UrhG urheberrechtlich geschützt ist und diese Figur eine „beachtliche Schöpfungshöhe“ besitzt. Damit gibt es eine neue urheberrechtliche Kategorie: Neben dem Schriftwerk und neben den darin enthaltenen Illustrationen ist auch der fiktive Charakter geschützt.

■ **BGH erlaubt schlechte Kopien.** Sodann hatte der BGH die urheberrechtliche Frage-

stellung zu beantworten, ob in der Darstellung der Pippi Langstrumpf in Form des Karnevalskostüms eine freie Benutzung der fiktiven literarischen Figur gemäß § 24 UrhG vorlag oder eine unfreie Bearbeitung im Sinne des § 23 UrhG (s. Kasten 1). Im Falle der unfreien Bearbeitung hätte das Kostüm nur mit Einwilligung der Rechteinhaber verkauft werden dürfen und diesen hätte ein Anspruch auf Zahlung einer Lizenzgebühr zugestanden. So hatten es bis zu dem Urteil des BGH alle erstinstanzlichen Gerichte und die Berufungsgerichte (wie z.B. das OLG Hamburg, das KG Berlin, das OLG Schleswig oder das OLG München) entschieden (s. hierzu Graef, Die fiktive Figur im Urheberrecht, ZUM 2012, 108). Der BGH aber wies die Klage ab.

Es gab bei allen Verfahrensbeteiligten keinen Zweifel, dass das abgebildete Mädchen zwar nicht „Pippi Langstrumpf“ ist, aber Pippi Langstrumpf darstellen soll. Der BGH hat in seinem Urteil die Voraussetzungen für eine freie Benutzung verkannt. Weder verblasste die Figur Pippi Langstrumpf, wie von § 24 UrhG gefordert (s. Kasten 2), noch lag eine „antithematische Auseinandersetzung“ mit der Figur durch den Discounter Penny vor. Die vom BGH thematisierte – und letztlich ausschlaggebende – Parodie lag nicht vor. Diese Parodie sollte nach Ansicht des BGH darin liegen, dass die abgebildete Person lediglich in die Rolle von Pippi Langstrumpf schlüpfen wollte. Es liegt aber nahe, dass der Discounter schlicht die Lizenzgebühren sparen wollte und Pippi Langstrumpf auf einem Pippi-Langstrumpf-Kostüm deshalb ohne Zahlung in rund 16,2 Mio Prospekten und im Internet abbildete. Mit Parodie hatte dies nichts zu tun.

In seinem wettbewerbsrechtlichen Urteil vom 19. November 2015 musste der BGH darüber entscheiden, ob eine Nachahmung nach § 4 Nr. 3 UWG n.F. oder eine Verletzung der Generalklausel von § 3 UWG vorliege (BGH, 19.11.2015 – I ZR 149/14 – Pippi Langstrumpf Kostüm II).

Die Instanzgerichte, wie das OLG Köln, hatten der Figur Pippi Langstrumpf eine „überragend hohe wettbewerbliche Eigenart“ zugestanden. Wettbewerbliche Eigenart bedeutet, dass sich die mit Pippi Langstrumpf versehenen Artikel so sehr von anderen abheben, dass sie den Geschäftsverkehr auf die Herkunft oder die Besonderheit dieser Artikel hinweisen. Auch der BGH bejahte die wettbewerbliche Eigenart der Figur Pippi Langstrumpf, verneinte aber die Leistungsübernahme durch die von Penny verwendete Figur. Zwischen den Merkmalen, die die Romanfigur der Pippi Langstrumpf ausmachen, und der Gestaltung der Kostümwerbung bestünden nach

Ansicht des BGH nur so geringe Übereinstimmungen, dass keine Nachahmung vorliege. An die Nachahmung einer Romanfigur durch Übernahme von Merkmalen, die wettbewerblich eigenartig sind, in eine andere Produktart, wie sie bei einem Karnevals-kostüm gegeben ist, seien keine geringen Anforderungen zu stellen.

Damit erlaubt der BGH schlechte Kopien, wie aus dem Bild der Werbung (s.S. 66) gut erkennbar ist. Schlechte Kopien sind für den Rechteinhaber aber genauso schlimm wie gute Kopien. Und der BGH widerspricht damit seiner eigenen Rechtsprechung, hatte er doch in seiner Entscheidung „Modeneuheit“ (Urteil vom 19.01.1973 – I ZR 39/71 – GRUR 1973, 478, 480) ausgeführt, dass der wettbewerbliche Vorsprung grundsätzlich dem gebühre, auf dessen Initiative das Muster zurückgehe. Dieser wettbewerbliche Vorsprung werde dem Innovator abgeschnitten und er werde um die Früchte seiner Arbeit gebracht, wenn Mitbewerber

1 Abgrenzung: Unfreie Bearbeitung – freie Benutzung

■ § 23 UrhG

Bei Gebrauch eines älteren Werks und der Übernahme schöpferischer Eigentümlichkeiten, sodass eine Abhängigkeit zum Originalwerk besteht und dieses in seinen Grundzügen erhalten bleibt.

Dann: Veröffentlichung nur mit Einwilligung des Urhebers

■ § 24 UrhG

Wenn ein selbstständiges, neues Werk geschaffen wird und das ältere Werk nur noch als Anregung dient, da ein Abstand gewahrt wird (äußerer Abstand: Verblassen der eigenpersönlichen Züge; innerer Abstand: Parodie, Satire, Karikatur).

Dann: Veröffentlichung ohne Einwilligung des Urhebers möglich

2 Die »Nachahmung« im Wettbewerbsrecht

Ob eine Nachahmung einer Ware oder Dienstleistung vorliegt, wird durch eine vergleichende Gesamtwürdigung der sich gegenüberstehenden Erzeugnisse beurteilt. Von der Rechtsprechung wurden zur Feststellung des Grads der Nachahmung drei Fallgruppen entwickelt:

- Die unmittelbare Leistungsübernahme liegt bei einer Übernahme ohne jegliche oder mit nur ganz unwesentlichen Veränderungen vor.
- Die nahezu identische Leistungsübernahme ist gegeben, wenn geringfügige Abweichungen vom Original bestehen.
- Von einer nachschaffenden Leistungsübernahme geht man aus, wenn wesentliche Elemente des Originals in der Nachahmung enthalten sind.

Im Internet kaufe ich nicht oft, aber mit genialokal unterstütze ich meinen Händler vor Ort!



Die eBuch bietet Ihnen neben zahlreichen vergünstigten Leistungen für den buchhändlerischen Alltag viele weitere Vorteile wie z.B.:



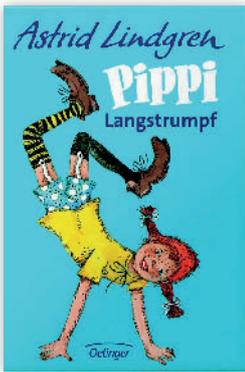
Bequem online einkaufen und trotzdem die eigene Region stärken, das ist bei vielen Käufern ein zentrales Thema. Genau dafür haben wir „genialokal.de“, einen gemeinsamen Onlineshop, geschaffen.

Kunden können bei 600 Buchhandlungen online sehen, wo Ihr gewünschtes Buch jetzt vorrätig ist, ohne Anmeldung und unkompliziert reservieren und sofort abholen.

Gemeinsam mehr erreichen.



eBuch Geschäftsstelle
Tel. 06221 / 647 94 90
kontakt@ebuch.net
www.ebuch.net



Rote Zöpfe und Ringelstrümpfe: Astrid-Lindgren-Titel „Pipi Langstrumpf“ (Oetinger) und Penny-Werbung für ein Karnevalskostüm (Ausriss, unten).

Die Kanzlei Graef Rechtsanwälte hat die Pippi-Langstrumpf Verfahren vor den Instanzgerichten und dem BGH geführt.

ihm in der gleichen Saison mit identischen oder nahezu identischen Nachahmungen – unter Einsparung der Entwurfskosten – Konkurrenz machten.

Im Pippi-Langstrumpf-Fall hätte der BGH also konsequenterweise einen wettbewerblichen Leistungsschutz beim „Character Merchandising“ gegen Trittbrettfahrer bejahen müssen. Dass er es nicht getan hat, ist eine verpasste Chance, die Plagiatoren in die Karten spielt.

Folgen für Autoren und Verlage

Die Urteile haben im Wesentlichen zwei Konsequenzen, im Negativen wie im Positiven:

- Die Verlagsbranche und die Merchandisingindustrie stehen aufgrund der Urteile vor einem größeren Problem, wenn Sie nicht – neben dem fiktiven Charakter – auch Inhaber der Rechte an den Illustrationen sind. Ohne flankierenden Schutz aus den Illustrationen können Figuren wie Harry Potter, Donald Duck, Bob der Baumeister oder Figuren aus der „Star Wars“-Serie und andere Charaktere nunmehr ohne großes Risiko auf Kostümeinlegern abgebildet und entsprechende Kostüme und Verkleidungen ohne Einwilligung der Rechteinhaber verkauft werden. Aber auch der Urheberrechtsschutz aus den Illustrationen reicht nicht unendlich weit. Auch hier gilt, dass gewisse äußere Abweichungen von der Illustration zu einer erlaubten sog. „freien Benutzung“ führen, die einwilligungsfrei ist.

- Die Entscheidung hat aber vor allem Auswirkungen auf das Verhältnis von Verlagen zu ihren Autoren. Wie der BGH bestätigte, wird im Falle von Pippi Langstrumpf betreffend die Kombination von ausgeprägten Charaktereigenschaften und besonderen äußeren Merkmalen bejaht und ihr eine unverwechselbare Persönlichkeit zugesprochen. Deshalb kann nun erfreulicherweise auch der einzelne Charakter eines Sprachwerks – also nicht nur der Text an sich – selbstständigen Urheberrechtsschutz genießen. Zukünftig wird deshalb bei Abschluss eines Verlagsvertrages mit Autoren nicht nur geregelt werden müssen, wie das konkrete Buch oder die Illustration ausgewertet werden darf, sondern auch eine vertragliche Regelung dazu zu treffen sei, wem die Rechte an der Verwertung dieses fiktiven Charakters zustehen.

Es zeichnet sich damit eine Entwicklung ab, die seit Jahren in der Games-Branche zu beobachten ist. Dort wird bei Verträgen zwischen einem „Entwickler“ und einem „Publisher“ über ein Computerspiel (übertragen auf die Buchbranche also zwischen Autor und Verlag) oft auch eine Regelung über die „Intellectual Property“ (IP) getroffen. Grundsätzlich treffen die Parteien eine Vereinbarung darüber, dass die IP beim Entwickler verbleibt. Der Publisher erhält aber zumeist die Möglichkeit, für einen bestimmten Zeitraum (3 bis 5 Jahre) diese IP auszuwerten.

Damit liegen im fiktiven Charakter Fluch und Segen gleichzeitig, denn nicht nur der Autor als Erfinder des fiktiven Charakters leistet seinen Beitrag durch kreative Fantasie, sondern auch die Verlage tätigen erhebliche finanzielle Investitionen, um den Bekanntheitsgrad einer fiktiven Figur auszubauen, beispielsweise durch den Verkauf von Merchandisingartikeln. Ein Charakter hat auf dem Markt nur dadurch eine Chance, dass in seine Bekanntheit erheblich investiert wurde. Merchandisingartikel unbekannter Properties sind wertlos. Die Kinder wollen Produkte von Figuren, die sie kennen: Star Wars, Bob der Baumeister, Superman oder eben Pippi Langstrumpf.

Die Entwicklung der befristeten IP-Auswertung wie im Games-Markt ist im Ergebnis auf die Gegebenheiten im Buchmarkt aber wohl nur bedingt übertragbar. Während in der Games-Branche die meisten Spiele aufgrund des technischen Fortschritts nach wenigen Jahren wirtschaftlich wertlos sind, ist das in der Buchbranche gerade nicht der Fall. Zwar gibt es ebenso hier Werke, deren Verkaufszahlen nach ihrem Erscheinen rasch abnehmen. Auf der anderen Seite finden sich in jedem Verlagshaus Longseller wie über Generationen beliebte Kinder- und Jugendbücher, die sich auch nach 20 Jahren noch gut verkaufen. Um Rechtsunsicherheit zu vermeiden, sollte jeder Verlagsvertrag zukünftig nicht nur Regelungen über die klassischen urheberrechtlichen Nutzungsrechte aufweisen, sondern auch eine Vereinbarung zur Auswertung des fiktiven Charakters enthalten. Spannende Fragestellungen für das Verhältnis zwischen Autor und Verlag ergeben sich insbesondere dann, wenn eine Geschichte in vielen Fortsetzungen erzählt wird (Sequels) oder nachträglich ein Teil der Geschichte vorangestellt werden soll (Prequels).

Ralph Oliver Graef redaktion@buchreport.de